

Cámara de Representantes

XLVIII Legislatura

DIVISIÓN PROCESADORA DE DOCUMENTOS

Nº 92 de 2015

S/C Comisión de Turismo

ESCOLLERA DE CUFRÉ

Ministra de Turismo y Deporte

Versión taquigráfica de la reunión realizada
el día 10 de junio de 2015

(Sin corregir)

Preside: Señor Representante Ruben Bacigalupe.

Miembros: Señores Representantes Carlos Reutor, Enrique Antía Behrens, Constante Mendiondo y Heriberto Sosa.

Invitados: Señora Ministra de Turismo y Deporte, Liliam Kechichian; señores Benjamín Liberoff, Subsecretario y Carlos Fagetti, Director Nacional de Turismo; señora Hyara Rodríguez, Directora General de Secretaría y señores Cristian Pos, Coordinador Proyecto BID y Álvaro López Gallero, asesor Proyecto BID.

Secretaria: Señora Graciela Morales.

=====II=====

SEÑOR PRESIDENTE (Ruben Bacigalupe).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión de Turismo tiene mucho gusto en recibir a la ministra de Turismo y Deporte, señora Liliam Kechichian; al subsecretario, licenciado Benjamín Liberoff; al director nacional de turismo, licenciado Carlos Fagetti; a la directora general de secretaría, escribana Hyara Rodríguez; al coordinador del Proyecto BID, magíster Cristian Pos, y al asesor del Proyecto BID, geógrafo Álvaro López Gallero.

La idea de la convocatoria, más allá de algunos temas generales o puntuales sobre los que algunos representantes podrán consultar porque ya los tenemos en Comisión, es conocer, en este comienzo de un nuevo quinquenio, las ideas y los proyectos con los que el Ministerio y el Poder Ejecutivo piensan encarar los próximos cinco años.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE (Liliam Kechichian).- Me acompañan el licenciado Benjamín Liberoff, subsecretario del Ministerio de Turismo y Deporte -por unos pocos días más; suponemos que en breve volveremos a ser Ministerio de Turismo- ; el licenciado Carlos Fagetti, nuevo director nacional de turismo; el magíster Cristian Pos, quien está al frente del Programa BID del Ministerio; el geógrafo Álvaro López, Grado IV de la Universidad de la República, quien también está al frente del Programa BID, y la escribana Hyara Rodríguez, directora general del Ministerio.

Estamos encantados de compartir con los integrantes de la Comisión las grandes líneas de trabajo del Ministerio. La actividad turística, que tiene en el Uruguay, por suerte ya desde hace un tiempo, valor tanto en la creación de empleo como en el ingreso de divisas y en el desarrollo económico, hoy juega un papel muy importante; lo juegan los servicios en general y los servicios turísticos en particular.

Este es un equipo muy consolidado, que viene trabajando junto, más allá de algunas incorporaciones, desde hace casi diez años

Lo primero que queremos resaltar -será distribuido entre los señores diputados el material que trajimos- es el Plan Nacional Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible, pensando en 2020. Ese fue un trabajo que se hizo en el período de Gobierno anterior y que tiene cinco grandes líneas de acción que hemos ido aplicando en estos años.

Para este período de Gobierno hemos decidido con el presidente de la República las líneas estratégicas a desarrollar. La primera es seguir trabajando para que el turismo siga siendo una actividad económica de primer nivel, que genere impacto en el producto bruto interno, en el trabajo y en el ingreso de divisas.

En estos últimos diez años Uruguay ha pasado de casi 1.900.000 turistas en 2005 a 2.895.000 en el período anterior. Es decir que hemos conquistado a un millón de turistas más que los que teníamos en 2005. En el ingreso de divisas hemos pasado de 500.000.000 a 2.000.000.000. El año pasado fueron 1.800.000.000. Todos quienes estamos acá sabemos que esta actividad ha sido fuertemente impactada por muchas medidas regionales. Lo voy a decir una vez más, aunque lo he señalado muchas veces: en esta actividad no ha habido viento de cola, sino fundamentalmente viento en contra, producto de que tiene mucho que ver con la realidad regional. No tengo que explicar lo que hemos vivido en estos últimos siete u ocho años a partir del bloqueo de los puentes, de las medidas proteccionistas de algunos de los países de la región y de otras que siempre tienen un alto impacto en el turismo. Por lo tanto, valoramos mucho los resultados obtenidos, precisamente porque hemos tenido un entorno muy adverso.

Entonces, la primera línea de trabajo es seguir trabajando para que el turismo siga siendo una actividad económica de primer nivel que genere esa riqueza. Para ello, trabajaremos sobre nuevos productos y sobre nuevos mercados. Sin ninguna duda, Uruguay se ha ido consolidando en la región -luego podemos introducirnos en los números de cuántos argentinos o brasileños vinieron y cuánto hemos ido avanzando en otros mercados- sobre la base de cuatro o cinco productos tradicionales sobre los que venía trabajando: el histórico- cultural, las termas y el sol y playa. Hemos ido incorporando nuevos productos que luego podemos desarrollar, porque hoy tenemos planes estratégicos vinculados al turismo náutico y fluvial, al turismo idiomático, al turismo LGBT, al turismo en espacios de naturaleza, que nos pueden permitir conquistar nuevos mercados, poniendo el ojo, fundamentalmente, en Colombia, México y Perú. Estos son países con los que tenemos mejor conectividad que hace un tiempo y de los que podríamos ir conquistando nuevos visitantes. Históricamente, teníamos cinco mil, seis mil o siete mil colombianos; hoy tenemos más de treinta mil. Todavía es una cifra ínfima, pero nos indica que lo que hemos hecho está en el camino correcto de acercar la oferta de Uruguay.

La segunda línea, que va a cruzar todo el Gobierno, es la descentralización. En estos cinco años hicimos una experiencia piloto. Por primera vez en la historia, el Ministerio de Turismo y Deporte tuvo personas trabajando en el territorio, acompañando, en general, a pequeños y medianos emprendimientos, que representan el 90% de los emprendimientos turísticos del Uruguay. Estuvimos en Soriano y Río Negro, en Rivera y Artigas y en Salto y Paysandú. Teníamos a tres personas en el territorio atendiendo, cada una, dos departamentos. La experiencia fue altamente satisfactoria. Pudimos concretar algo en lo que nosotros creemos. Me refiero a que a la gente hay que acompañarla, no se la puede dejar sola, muchas veces porque les faltan herramientas y tenemos que ir acompañando en lugares donde tradicionalmente no se hablaba de turismo y hoy por suerte sí. Ese es otro cambio importante que ha tenido nuestro país: ha dejado de hablar de turismo solo en la costa atlántica. Aunque tendremos que seguir hablando de turismo en la costa atlántica porque es muy importante para Uruguay, por suerte podemos hablar de turismo -a partir de esta experiencia descentralizadora- en Nuevo Berlín, en San Javier, en Belén, en Constitución, en la Meseta de Artigas, en Guichón, en Queguay, en Rivera y en Artigas.

Vamos a tratar de trabajar en cinco zonas: el área metropolitanta, el norte, el sur, el este y algunos departamentos de frontera que tienen sus particularidades en cuanto a los servicios turísticos.

La tercer línea que nos va a guiar es una fuerte apuesta a la capacitación. Hemos dicho más de una vez que esta es una actividad que la van a seguir haciendo los seres humanos. Las máquinas se van a ir incorporando, pero siempre estará el ser humano en el centro de la actividad turística, ya sea en la recepción de un hotel, una mucama, una guía turística, un agente de viajes o un operador del transporte. Por lo tanto, Uruguay tiene en ese sentido un desafío muy grande.

Somos un país pequeño; debemos competir en calidad; debemos mejorar mucho la calidad de nuestros servicios. En los últimos veinte años, Uruguay ha tenido un crecimiento de las escuelas vinculadas a la capacitación turística, tanto privadas como en la UTU. Esta última, ha tenido un desarrollo muy importante en las licenciaturas y tecnicaturas vinculadas al turismo. Además, hay un gran avance con el Inefop, con el sector privado y con la Cámara Uruguaya de Turismo.

Cuando se habla de capacitación, mucha gente cree que es solo para los trabajadores, pero también es para los pequeños empresarios, porque hay tareas como

las de la gerencia que requieren formación. Precisamente por eso con el Inefop estamos haciendo una planificación del trabajo. Vuelvo a repetir: es un desafío fuerte, de apuesta a capacitar los recursos humanos.

Como cuarta línea de trabajo planteamos algo que venimos aplicando en tanto tenemos un concepto del turismo como derecho humano. Por lo tanto, pensamos que tiene que llegar a todos los sectores de la sociedad. Desde el año 2006, hemos llevado a cabo una experiencia fantástica con el programa de turismo social, con el que logramos llegar a sectores de la población que nunca habían tenido el derecho humano del ocio y la recreación. En tanto lo consideramos un derecho humano y una mejora en la calidad de vida, desarrollamos un programa de turismo social que queremos profundizar.

En el período pasado emprendimos algunas experiencias nuevas, removedoras, que han tenido un resultado fantástico. Por ejemplo, en el caso de las quinceañeras, jóvenes beneficiarias de asignaciones familiares, de hogares de bajos ingresos, ya llevamos unas mil quinientas chiquilinas a las que les hacemos el baile, la fiesta de quince y, por supuesto, el *tour,* con las misma calidad de servicios que tendría cualquier otro turista en Uruguay. Para nosotros es una cuestión ética: tenemos que ofrecer el mismo servicio que a quienes tienen posibilidades de pagarlo. Hemos trabajado con domésticas y con peones rurales. También estamos trabajando con asalariados de distintas franjas; los que ganan menos de $ 15.200 tienen un subsidio mayor; los que ganan más tienen otra capacidad de aporte. Esto ha funcionado muy bien.

En estas últimas horas hemos cerrado un acuerdo con ANEP para trabajar con los muchachos que terminan tercer año del ciclo básico de secundaria. Estarían viajando unos mil quinientos jóvenes, como una forma de incentivo, de motivación, de convivencia, de juntarse en un Uruguay que está muy desafiado por los temas vinculados a la educación.

En ese sentido, hay otras áreas donde, obviamente, nosotros queremos incursionar. Estamos dando los primeros pasos en los temas de accesibilidad y turismo. Muchas veces tenemos una desviación cuando hablamos de integrar a la sociedad, porque pensamos solo en los más pobres. Estamos convencidos de que eso hay que hacerlo, pero hay una segregación muy grande a partir de la discapacidad en cuanto al acceso a muchos servicios, y en el turismo ese es un tema complejo. Por ello, trataremos de avanzar y de experimentar para contara con lugares accesibles. Ya hemos dado pasos en Atlántida y hoy tenemos en Rocha algunas playas accesibles. Además, en la Colonia Raigón, del BPS, la piscina, que fue techada por el Ministerio, tiene accesibilidad universal, y también la tienen las habitaciones. De todas formas, estamos convencidos de que falta mucho por hacer.

Aclaro que, en este sentido, hemos tenido un invalorable apoyo de esos uruguayos que siguen estando en el exterior. Por ejemplo, un uruguayo que está en Noruega ya envió casi ochenta contenedores al Uruguay para atender necesidades relacionadas con la discapacidad y también con el turismo. En el último contenedor envió sillas de ruedas con flotadores y bollas con sonido, que pueden ser utilizadas por personas ciegas. Se trata de un conjunto de materiales prácticamente nuevos, que distribuimos de forma equitativa entre todas las Intendencias del país. Eso nos muestra que hay mucho para hacer. Les puedo asegurar que es muy reconfortante ver cómo alguien que nunca pudo nadar en el mar ahora lo puede hacer. Estos parecen ser pequeños logros cuando uno habla de políticas nacionales. Sin embargo, nosotros pensamos que son grandes pasos vinculados con la integración de la sociedad.

Con respecto a los nuevos productos, se viene haciendo un trabajo muy serio en el turismo que antes se llamaba rural pero actualmente -según la denominación de la OMT-

se llama turismo en espacios de naturaleza, ya que el Ministerio no tenía una historia de registro ni de control de esa oferta turística. En Uruguay esa oferta turística creció algo caóticamente, unida a las sucesivas crisis del campo, por lo que los trabajadores se fueron reciclando como operadores turísticos, con mucha voluntad y mucho amor por lo que hacían, pero a veces sin los elementos necesarios para brindar un buen servicio. Hoy tenemos ciento treinta establecimientos rurales registrados en el Ministerio que están brindando alojamiento y servicios turísticos, y en ese sentido tenemos un desafío muy importante en el cual seguir profundizando en un Uruguay que tiene en el avistamiento de aves y en su propia naturaleza enormes posibilidades de continuar creciendo.

Hay algunos elementos que tienen mucho que ver con el Uruguay turístico y que han sido trascendentes históricamente, no solo durante el tiempo en que hemos gobernado nosotros. Por ejemplo, este fin de año se van a cumplir veinte años de la declaración patrimonial de Colonia del Sacramento, lo que implicó un antes y un después para ese lugar. Sin duda, Punta del Este y Maldonado, por su posicionamiento internacional, también han sido relevantes en todos estos años; personalmente no me gusta la expresión “buque insignia”, pero en ciertos casos no hay otra manera de lograr una definición.

Creo que estamos en las puertas de lograr un hecho trascendental para el Uruguay turístico y específicamente para Río Negro -veo que aquí está presente un diputado de ese departamento- y para la cultura en general: la muy probable declaración de patrimonio industrial de la humanidad del frigorífico Anglo. En lo personal -la opinión es compartida por el equipo del Ministerio-, consideramos que eso puede implicar un antes y un después para ese lugar. Luego deberemos crear el producto y trabajar mucho en forma conjunta, pero pensamos que es una oportunidad muy grande que va a tener Uruguay en este año.

Los primeros cuatro meses del año 2015 nos muestran que hubo 1.215.000 visitantes que llegaron a Uruguay entre enero y abril, con una estadía de 7,2 días y con un ingreso de divisas de US$ 943.000.000. Esto implicó un gasto por persona de US$ 774 y un gasto por día de US$ 106. Es posible comprobar un poco menos de gasto por día y un poco menos por gasto por persona -2,1 % menos-, pero ha habido un crecimiento en el total de ingresos. En el mismo período del año pasado tuvimos US$ 877.000.000 y este año, US$ 943.000.000. Se dio un crecimiento mínimo, de 0,2 %, en los días de estadía y sí se logró casi un 10 % más de llegada de turistas; el año pasado habían sido 1.109.000 y este año fueron 1.218.000. A finales del año pasado todos estábamos preocupados porque las medidas proteccionistas de nuestra principal fuente de turistas seguían existiendo, pero se logró una recuperación. Trabajamos mucho para eso, pero muchas veces el turismo es altamente impactado por elementos que uno no puede controlar. Sin embargo, se alcanzaron cifras mejores a las que esperábamos. Sería muy temerario afirmar que esa tendencia va a continuar, porque estamos en un mundo y en una región muy complejizados, pero todo trabajo del Ministerio -el señor subsecretario podrá desarrollar este aspecto- se ha orientado a la promoción turística en los distintos mercados, porque -como hemos dicho más de una vez- no hay turismo sin promoción; podemos tener el mejor lugar del mundo, pero si no lo conoce nadie, será muy difícil que lleguen turistas.

Hoy nos acompañan los responsables del programa BID del Ministerio. Nuestra Cartera logró por primera vez un pequeño préstamo de US$ 7.000.000 para la mejora de la competitividad de los destinos turísticos y a alguna infraestructura como la que hoy tenemos y otra que estamos construyendo. Hicimos las puertas del Polonio como una forma de ordenar el ingreso a un lugar absolutamente fantástico del Uruguay; recuperamos el Ventorrillo de la Buena Vista, en Villa Serrana, lo que realmente implicó

un antes y un después para el lugar por el contagio y el crecimiento del resto de la oferta turística en el departamento de Lavalleja; construimos el Centro de Bienvenida, Interpretación y Turismo en el puerto de Colonia del Sacramento, mejorando sustancialmente la llegada de los turistas, ya que ese es un lugar por el que entran más de dos millones de visitantes por año. Asimismo, en el kilómetro 134 de la Ruta Nº 8 recuperamos un lugar de recepción de turistas en el departamento de Lavalleja. En este momento estamos trabajando en la recuperación del viejo galpón de piedra de San Javier, como un lugar de recepción de los turistas; mucha gente se siente sorprendida, pero acude mucho turismo interno a buscar esa identidad que los rusos dejaron en esa zona del país. En Nuevo Berlín estamos trabajando en un centro de bienvenida vinculado con el turismo náutico. También en la frontera de Rivera, específicamente en la Plaza Internacional, estamos trabajando en la realización de un centro de bienvenida de turistas en un lugar en el que ha habido un crecimiento del turismo de compras, y tenemos la necesidad de mostrar el resto del Uruguay a esos turistas para poder captarlos también para otros productos. Y estamos haciendo lo mismo en Artigas. A la vez, estamos trabajando en todo el corredor náutico del río Uruguay, donde hay más de una oferta. También hicimos una inversión muy importante en Villa Soriano, trabajando en forma conjunta con la Intendencia de Soriano en la instalación de la primera estación náutica. En ese marco recuperamos el viejo Hotel Olivera y la Prefectura, y en estas horas en que estuvimos en Dolores recibimos algunas ofertas de inversores privados vinculadas a guarderías náuticas. La idea es satisfacer una gran demanda que Uruguay ha tenido siempre, vinculada con el turismo náutico. Hay muchas embarcaciones -especialmente de la provincia de Buenos Aires- que están esperando un lugar en el que amarrar para poder venir al país y, como todo navegante, lo que quieren es navegar.

Aclaramos que la descentralización que estamos planteando tiene como objetivo alcanzar otros lugares, pero también quedarnos en los sitios a los que hemos llegado, para seguir acompañando las inversiones y el desarrollo local porque a veces, sin la presencia del Estado, las situaciones se hacen más complejas.

En la actualidad tenemos un canal IP: www.uruguaynatural.tv, que nos permite tener imágenes de Uruguay en todos nuestros consulados y embajadas, sin necesidad de llevar folletería. Hoy la imagen interactiva juega un papel muy importante y, desde nuestro punto de vista, esa fue una experiencia muy exitosa que esperamos poder continuar.

Por supuesto, nos proponemos seguir trabajando en la capacitación de nuestros propios trabajadores. El Ministerio de Turismo y Deporte se formó con funcionarios excedentarios de Pluna y AFE, y aunque hemos ido incorporando algún personal capacitado, pero todavía necesitamos mucho más personal técnico.

SEÑOR LIBEROFF (Benjamín).- Históricamente, el principal mercado turístico de Uruguay ha sido Argentina. Eso fue, es y -por suerte- seguirá siendo así.

En el año 2005 teníamos aproximadamente 1.100.000 argentinos y al cierre de 2014 recibimos casi 1.700.000; tuvimos un poco más cuando se liberaron los cortes de los puentes y en lo que va de este año hubo una recuperación casi del 14% con relación al año pasado y ojalá podamos seguir marchando en esa dirección. Para ello, en los momentos de dificultad de los puentes, tuvimos que hacer una campaña que para evitar que se generara un imaginario negativo en cuanto a venir al Uruguay. Efectivamente, pudimos lograrlo con nuestra comunicación a lo largo de todo el año; de hecho, cuando se levantó el corte de los puentes pasamos de 1.300.000 o 1.400.000 argentinos a casi 1.800.000, es decir que la campaña que pudo existir en Argentina para que no se viniera a vacacionar a Uruguay no tuvo impacto. Sin embargo, era necesario seguir ampliando los mercados. En 2005 Uruguay recibía 170.000 brasileños -cito cifras de migraciones- y

en estos momentos estamos en casi 470.000. En el comienzo nos ayudó un Real fuerte en relación al dólar pero desde hace tres o cuatro años la moneda no tiene esa proporción pero el número de brasileños ha seguido creciendo; a ellos hay que sumar 110.000 o 120.000 que vienen en los cruceros y no están comprendidos en el número que mencioné y alrededor de 250.000 a 300.000 brasileños que sin pasar por migraciones vienen a la frontera seca con Uruguay. Por lo tanto, los brasileños son casi la mitad de los argentinos, y eso es un cambio importante.

Desde el punto de vista de los turistas de larga distancia, tenemos 160.000 a 170.000 europeos y de Norteamérica unos 100.000. Hemos venido creciendo a razón de 4,5% a 5% pero durante la crisis financiera mundial de 2008 a 2009 hubo cierta reducción y luego hemos vuelto a crecer. Además, hubo un momento en que, prácticamente, tuvimos cortada la comunicación con Europa. Sin embargo, la vuelta de Air Europa hace dos años, el comienzo de los vuelos de Air France y el retorno de Iberia determinó que por primera vez desde que tenemos registros en el ministerio, los pasaportes españoles superaran los 40.000 al año, y pensamos que eso va a crecer, más allá de que hay un tráfico étnico, no solo turístico.

El otro factor importante ha sido la estrategia de posicionar a Uruguay desde el punto de vista del multidestino. Hay que tener en cuenta que el mercado mundial es reducido en cuanto a los turistas que pueden venir de larga distancia; sin embargo, la estrategia de posicionarnos con los *tour* operadores a nivel europeo y del hemisferio norte para ubicar a Uruguay junto a Argentina, Chile y Brasil ha permitido rescatar noches de los turistas que vienen de otros lugares de América Latina. De ahí que 35% a 40% de los que vienen de larga distancia ingresen por Colonia; por ello ubicamos ahí un centro de interpretación y acogida, porque ese es el punto por donde llega mayor cantidad de nacionalidades extrarregión.

En este proceso comenzamos a visualizar la necesidad de llegar a otras nacionalidades a través de nuevos métodos de comunicación. El primero fue el de las señales cable. Desde hace aproximadamente cinco años la campaña de verano de Uruguay tiene al menos ocho canales de televisión de señales cable: CNN, Fox Sports, Sony Entertainment, Discovery Channel, I- Sat, Fashion TV, History Channel y Cinemax. Estos canales pasan nuestras tandas pero también hemos negociado con algunos el desarrollo de contenido, es decir que no se trata solo de campañas promocionales de tanda. Por ejemplo, en History Channel se ha pasado la historia de Benedetti y la del jugador de Nacional que se suicidó en el Parque Central cuando dejó de ser titular; en el caso de Discovery Channel se ha mostrado cómo funciona la producción de caviar y la cosecha de oliva en Colinas de Garzón. Buscamos que hechos singulares del Uruguay nos ayuden a posicionarnos estratégicamente. En CNN hemos logrado trasmisiones desde Uruguay durante una semana entrevistando a diferentes actores artísticos, culturales, deportivos o políticos, y esa es una línea de acción que vamos a seguir.

A nivel mundial, el turismo es un uno de los sectores de la actividad productiva más impactado por las nuevas tecnologías. Ello ha llevado a que hoy tengamos un canal de televisión por internet que nos permite tener imágenes en todos los consulados y misiones diplomáticas y al que, a su vez, ingresan a ver nuestros videos desde más de 160 países con una media de 3 minutos a 3,5 minutos. Ello nos da la posibilidad de comunicarnos con múltiples países o con interesados en venir al Uruguay que por los canales tradicionales jamás hubiéramos tenido la capacidad de alcanzar. Por otro lado, hoy tenemos un Facebook del ministerio que cuenta con más de 230.000 seguidores y un Twitter que tiene más de 130.000. Ello hace posible una comunicación mucho más directa y segmentada por edad, por sexo y por país, de acuerdo con los intereses que en cada momento podamos poner. A través de la organización de sorteos -lo que en algunos

casos ha implicado traer a nuestro país a algunos de esos participantes- se ha logrado multiplicar potencialmente -como se suele decir en Facebook- esos 240.000, lo que permitiría, eventualmente, contacto con más de 15.000.000 de personas. Esa es una nueva herramienta que hay que implementar con nuevos recursos humanos que no existían en el Ministerio y que se han tenido que ir formando para acompañar el proceso, que es cada vez más dinámico porque las formas de comercialización en turismo también lo son. Ello está impactando sobre la realidad en la que nos movemos.

Por otro lado, para apuntalar este tipo de trabajo, el ministerio tuvo que desarrollar un sistema de información georreferenciado: los intereses turísticos del país en forma creciente están sustentados en mapas con los cuales se los puede ubicar. Inclusive, hemos desarrollado algunas aplicaciones para celulares que permiten al turista ubicar, por ejemplo, los cajeros automáticos que tiene alrededor y, más específicamente, los que tienen dinero, porque la información está cargada; lo mismo ocurre con las estaciones de nafta o las farmacias de turno. En realidad, vamos más allá de los intereses del turista porque esto puede servir también para un uruguayo, en tanto muchas veces somos turistas dentro de nuestro país

La forma de comunicación con los distintos mercados tiene que ver con las relaciones públicas: hay empresas que se dedican a difundir información concreta y, desde ese ángulo, a los efectos de diseminar nuestra información hoy tenemos oficinas en Madrid, Londres, México, Bogotá, Lima, Santiago de Chile y San Pablo y nuestros tres representantes del Ministerio en Porto Alegre, Córdoba y Buenos Aires.

A esto se debe sumar un hecho muy importante, que es la llegada de los cruceros. Para nosotros, los cruceros son un factor de promoción impresionante. ¿Por qué? Porque la mayoría de quienes compran viajes en crucero, no tienen como destino, necesariamente, venir a Uruguay, sino que compran una ruta, que comprende Punta del Este y Montevideo. O sea que tenemos potenciales turistas que vienen a nuestro país, que no necesariamente lo conocían, y esa es una oportunidad para que vuelvan. Hay algunas anécdotas de las encuestas que se hacen; por ejemplo, cuando se les ha preguntado el gasto que han realizado, algunos han contestado: "US$ 110.000". Por supuesto, el que hace la encuesta se muestra sorprendido. Eso se debe a que, en algunos casos, han señado apartamentos; por eso, el gasto. Particularmente, eso ocurre en Punta del Este. También ha pasado que algunos cruceristas dejaron de subir al crucero en Punta del Este, porque se quedaron en la Calle 20 comprando cosas; tomaron luego un avión y agarraron el crucero en Buenos Aires. O sea que los cruceros, más allá del gasto particular que realizan los cruceristas, que promedialmente es del orden de los US$ 50 y US$ 60 -los tripulantes gastan más que los cruceristas; muchos de ellos son asiáticos y llevan cosas para sus países-, nos permite mostrarles las ofertas que tiene Uruguay. Inclusive, en el último período, la empresa Costa Cruceros no solo baja y sube pasajeros, sino que, a su vez, cambia cabinas. ¿Qué quiere decir? Que hasta trescientas cabinas de esos barcos cambian los pasajeros. Eso nos está permitiendo vender en Perú, en Porto Alegre, en Asunción, posibilitando que los turistas vengan a cambiar el crucero, y no solo como cruceristas, por lo que tenemos la oportunidad de vender antes de ese crucero y después de ese crucero.

Otro factor de promoción que, para nosotros, es muy importante, tiene que ver con la decisión que tomó Uruguay de construir dos centros de convenciones: el de Punta del Este, en primer lugar -de acuerdo con la información que manejamos, en marzo del próximo año estará en condiciones de comenzar a operar-, y el de Antel Arena, que tendrá condiciones para recibir congresos, más allá de los espectáculos culturales o deportivos. Para nosotros, este ha sido un cambio estratégico; es la mayor inversión económica que Uruguay ha tenido a efectos de operar sobre los temas de estacionalidad,

porque la mayoría de los congresos que hay en el mundo se realizan entre los meses de abril y de noviembre. Además, la decisión de que el Centro de Convenciones de Punta del Este tenga en su aula principal una capacidad para aproximadamente 2.800 personas es porque el 85% del mercado de las reuniones y congresos en el mundo se ubica en ese rango. Eso evita que tengamos que apuntar a congresos más grandes, cuya captación es más difícil, ya que deberíamos pelear con muy poderosos centros, como pueden ser San Pablo, Buenos Aires, Río de Janeiro y otros. Esta actividad, que ya estamos promoviendo a nivel internacional junto con quienes ganaron la licitación para gestionar el Centro de Convenciones de Punta del Este, también nos permite posicionar al país, es parte de la promoción que estamos haciendo internacionalmente, que creemos que será determinante.

Ahora, para poder llevar adelante esta actividad hay que tener información, que surge de lo que ha venido desarrollando el Ministerio en años anteriores, pero también de haber comenzado en el año 2006 a reestructurar lo que se denomina “Cuenta Satélite de Turismo”. Esta es una herramienta para estructurar las cuentas nacionales de manera diferente a las que usa el Banco Central, por agrupar factores de la economía del turismo que inciden sobre la economía nacional de otra manera. En el año 2006 se comenzó con esta herramienta y en el año 2010 terminó este proceso, con el apoyo de la OMT. Ese fue el momento en el que estuvimos en condiciones de decir que el turismo impacta sobre la economía del país, no en un 3% al 3,5%, como se establecía en las cuentas nacionales, sino que lo hace entre el 6% y el 7%. Por eso, cuando la señora ministra señala, correctamente, que el turismo es una actividad de primera es porque el Banco de Previsión Social registra más de 96.000 empleos directamente vinculados con el turismo. Hoy, la construcción registra aproximadamente 70.000 empleados directos y, en el año pico, registró 80.000.

Esa Cuenta Satélite de Turismo ahora tiene otro correlato, que para nosotros es muy importante y a nivel internacional es una herramienta que se usa cada vez más, que son los observatorios turísticos. Estos tienen que ver con la capacidad que tiene el sector de ubicar los indicadores que determinan sus impactos sobre la vida económica a efectos de tomar medidas que ayuden a su desarrollo. Desde ese punto de vista, por un acuerdo con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, en estos momentos, en Punta del Este, una licenciada en economía está preparando las bases para que quede pronto un observatorio con relación a la actividad turística, que se está coordinando con la Intendencia, con el buró de Punta del Este y con diferentes actores vinculados con la actividad turística: en Colonia se está desarrollando con la Asociación de Colonia; en Rocha, con la Organización de Gestión de Destino y la Regional Este de la Universidad de la República, y aspiramos a encaminar, en los próximos meses, un proceso sobre la zona termal. De esta manera podremos disponer de herramientas que nos permitan definir de mejor manera la actividad que vamos a desarrollar en materia de políticas para una zona de la cual dependen más del 80% de los ingresos del país, sumando a Montevideo y Canelones.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Con respecto al corredor del río Uruguay, queremos explicar la puesta en valor que estamos haciendo de ese lugar.

SEÑOR POS (Cristian).- En este momento, estamos en pleno proceso de transición en la coordinación del programa.

Estamos trabajando en los departamentos de Soriano, Río Negro, Paysandú, Salto, Artigas y Rivera, en un programa que tiene algunos componentes que se basan en infraestructura de pequeño porte, como estaciones fluviales o centros de visitantes, y otros que se basan en la generación de ofertas y de asociativismo entre los sectores.

Como dijo la señora ministra, esto nos permite generar oferta en estas pequeñas localidades, como Nuevo Berlín, Guichón, Belén, Bella Unión, Valle del Lunarejo, en las que se están haciendo infraestructuras de apoyo.

Ahora entramos en una fase de generación de una red, que denominamos “Red del Corredor de los Pájaros Pintados”, mediante la cual intentamos crear circuitos entre diferentes localidades, como San Javier, Paysandú, Montes de Queguay. A partir de ese trabajo asociativo a lo largo del Corredor pretendemos que se pueda facilitar la promoción y la comercialización de estos destinos, lo que sería impensable hacer de manera individual.

Este trabajo es de amplia base social y de desarrollo; no solo se trata de generar turismo por sí, sino que es un trabajo que se hace con las comunidades. Esto no solo ha permitido que los ciudadanos puedan pasar de la idea al emprendimiento y hasta a la empresa, en algún caso, sino que además ha servido para que en muchos lugares en los que por años no se tuvo proyectos de desarrollo de este tipo, se generen otro tipo de externalidades, como el aumento de la autoestima, la generación de proyectos deportivos o culturales, la capacitación, la formalización o el contacto con destinos turísticos consolidados, como los centros termales o ciudades como Rivera. Esto genera un desarrollo de base que va más allá de la actividad turística en sí.

SEÑOR LÓPEZ GALLERO (Álvaro).- Originalmente este programa tenía como eje el turismo náutico fluvial. En un país con escasa cultura náutico fluvial nos pareció fundamental ligar las terminales náuticas planteadas, con una serie de atractivos interiores, por ejemplo, turismo rural, cultural, que permitieran la permanencia del turismo en los destinos planeados.

Al segundo programa BID se han añadido intervenciones del primer programa, por ejemplo, Villa Soriano, como expresó la señora ministra. Pero también hubo intervenciones en Arapey y en Almirón, donde se construyó un *spa* que estaría ligado a un hotel que se inauguraría a fin de año.

El gran desafío que tenemos es el desarrollo de la red, porque significa la afirmación y comercialización de la oferta turística. Para eso se busca densificar esa red y ligarla a mecanismos de comercialización con las agencias de viaje y con todo lo que representa promoción del turismo, incluyendo la labor de nuestro Ministerio.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Me gustaría profundizar un poco más en lo relativo a la capacitación. Pediría que el director nacional de Turismo lo explicara para que ustedes tengan una idea más cabal acerca de qué estamos hablando.

SEÑOR FAGETTI (Carlos).- Nosotros trabajamos conjuntamente lo relativo a la formación y la calidad. En lo que respecta a la formación, tenemos un acuerdo general con Inefop para la formación tanto de trabajadores como de empresarios. A su vez, eso deriva en convenios específicos, según la demanda de cada uno de los destinos, y en acuerdo entre trabajadores, empresarios y el Estado. En ese sentido, se han realizado modalidades de capacitación a destino, como lo que se está haciendo en Guichón y se ha hecho en Belén, y también a sectores específicos del turismo, como el rural. Inclusive, se está llevando a cabo una experiencia de certificación de saberes con los mozos, y se va a seguir en toda la cadena de producción del turismo. Conjuntamente se está realizando un trabajo de articulación con el sector académico -Universidad de la República, UTU, Universidad Católica, ORT- para conformar un sistema nacional de formación que permita articular las distintas modalidades de formación que existen al día de hoy. Nos parece que desde el Ministerio podemos realizar aportes en la articulación de distintas formaciones.

A su vez, queremos dar visibilidad a lo que hacen los estudiantes, y que ellos puedan realizar pasantías en determinados destinos. Queremos que se vea la producción académica que hoy tiene Uruguay, lo que va a permitir encaminar nuevas investigaciones en aspectos en los que el conocimiento necesita avanzar.

También se está desarrollando una línea de trabajo junto con el Instituto Nacional de Calidad, que busca mejorar los estándares de calidad de los servicios turísticos. Por un lado, se está trabajando en torno al Premio Nacional de Calidad y, por otro, con el Ministerio de Industria, Energía y Minería, en un Premio Nacional de Eficiencia Energética.

Con el sector rural estamos avanzando en la elaboración de una especie de manual de buenas prácticas, acordadas con los propios operadores para su ejecución.

Ahora haré referencia al trabajo, muy cotidiano, que se realiza con las Intendencias Departamentales y con los Municipios. Se realizan reuniones periódicas con los directores de turismo de las Intendencias. Se ha creado el Premio Pueblo Turístico para localidades cuyas poblaciones son menores a tres mil habitantes. Esta es una herramienta por la que sentimos mucho cariño, ya que permite que localidades pequeñas, que aun no están incluidas en el itinerario turístico tradicional, puedan presentarse a este premio y resaltar sus valores y señas de identidad. De esta manera, ellos reciben un premio, un acompañamiento en la calificación de su localidad como destino y se los incluye en el itinerario.

Asimismo, quiero destacar que a partir del Programa de Turismo Social, cuarenta nuevas localidades están siendo visitadas como destino de turismo social. Eso nos permite encaminar proyectos de desarrollo local en destinos no tan tradicionales.

Además de lo que ya han descrito la señora ministra, el señor subsecretario y los compañeros del proyecto BID, también la formación, la calidad y el desarrollo local son objetivos del Ministerio.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Quiero señalar que se va a realizar la tercer edición del Premio Pueblo Turístico. La primera vez la ganó Conchillas, con una propuesta de recuperación del viejo galpón de Evans. Como saben, allí existe una fuerte influencia inglesa. Esto ha servido como factor de asociación en un lugar que durante estos últimos años estuvo muy unido a Montes del Plata y al movimiento que generó. Pero la sociedad de Conchillas tuvo la inteligencia como para pensar qué tenían que hacer cuando eso terminara. Creo que ha sido una experiencia fantástica

En la segunda oportunidad en que se entregó el premio, fue ganado por un pueblito llamado Santa Catalina, ubicado en el departamento de Soriano. Ellos están recuperando una vieja estación de AFE para ser utilizada como centro cultural. Nosotros estuvimos el día que se otorgó el premio, y puedo decir que fue muy emocionante ver a la gente juntarse alrededor del objetivo concreto de mejorar el lugar donde viven, pero también con la intención de buscar espacios de convivencia, diálogo e interacción. Para nosotros, además de una actividad económica de primer nivel en el Uruguay, el turismo es relacionamiento entre la gente, es cultura y educación.

SEÑOR SOSA (Heriberto).- Agradecemos el completo informe que nos han brindado. Debo decir que hoy me he enterado que están llevando a cabo muchos trabajos en lugares que ni pensaba. Quizá yo miro el turismo desde otro lugar, con la visión de alguien que vive en Maldonado.

Me parece notable que lleven adelante un programa de turismo social. Creo que es muy interesante incluir a las quinceañeras en él. Me parece muy importante que los

jóvenes tengan la posibilidad de conocer el país y de realizar salidas que les sirvan en su vida futura, para que no se queden estancados en una especie de gueto.

No seré yo quien diga cuánto ha avanzado Uruguay en materia de turismo, pero es realmente impresionante.

Yo no nací en Maldonado, llegué allí hace cuarenta y ocho años. Tuve la suerte de vivir en Pedragosa Sierra y la vía que ahora es Boulevard. En ese momento todo era muy distinto; Punta del Este solo tenía un par de edificios altos. En los días de verano era impensable que mi señora bajara a la playa con su hijo chico, porque parecía muy descampado y había poca gente. Solo se veía gente en enero y febrero. El volumen de turistas estaba dado por la cantidad de días que permanecían y no por la de personas. Se juntaba mucha gente porque estaban todo el mes. Creo que ni siquiera quienes vivíamos en Maldonado podíamos pensar que la zona fuera a tener un desarrollo tan grande.

Los felicito por la descentralización del turismo que llevan a cabo. Creo que tienen que apuntar desesperadamente a la capacitación.

Tengo una duda. Cuando en Maldonado se enciende el televisor es común escuchar publicidad sobre cursos de turismo. ¿El Ministerio tiene algún tipo de control? Lo pregunto porque sería bueno que ya sea un mozo o una guía de turismo estén bien capacitados y no ocurra que el muchacho o muchacha salga con el debajo del brazo y no le sirva para nada. Quizás el Ministerio controla estos institutos.

En lo que refiere al turismo en mi departamento, la semana pasada la Cámara nombró a Maldonado como la Capital Nacional del Cooperativismo por el desarrollo que tienen las cooperativas en el departamento. En el proyecto que se aprobó se establece que hay ochenta y cuatro cooperativas -creo que son más-; son muchas para un departamento como Maldonado.

No sé si no ha llegado el momento de darle un empuje, porque estamos precisando desesperadamente algo que atraiga a más turistas, y nombrar a Maldonado capital del turismo nacional. Tal vez debamos presentar un proyecto nosotros, o el Ministerio de Turismo y Deporte, si lo cree conveniente. De esta manera, Punta del Este y Maldonado podrían vender más de lo que vende hacia el exterior. Sin desmedro de la actividad turística en otros departamentos, es justo decir que en Maldonado se ha desarrollado con más fuerza desde siempre.

Me parece notable que ahora se sienta que el turismo está en todo el país, pero hay que tener en cuenta que de esos US$ 2.000.000.000 que ingresan, una parte sustancial se genera en Maldonado.

Debo decir con total sinceridad y por encima de lo político que Maldonado está en crisis; todos lo sabemos. Pero sobre todo, es una crisis por desocupación en la construcción. La única forma de revertir en algo el problema es con el turismo. Ojalá que, como lo dijo el señor Subsecretario Liberoff, en los cruceros vengan muchos turistas a gastar US$ 110.000 en la seña para comprar apartamentos, porque es lo que necesitamos para que la construcción se vuelva a reactivar; el problema es grave. Seguramente, ustedes lo saben, debemos decirlo para que entre todos hagamos el esfuerzo para que vengan a nuestro departamento no solamente turistas, sino también inversores, porque los necesitamos.

No voy a perder ninguna prenda si digo que no tengo nada que ver desde el punto de vista político con mi amigo el Intendente electo por Maldonado, ahora diputado, Enrique Antía, pero creo que ha acertado -lo voy a decir por primera vez- al proponer como director de turismo de la Intendencia de Maldonado al señor Luis Borsari. Es una

persona que ha trabajado toda la vida por el turismo en el departamento y siente -no digo como ninguno- lo mismo que el resto de Maldonado. Creo que le va a hacer muy bien a Maldonado y al Ministerio por el mano a mano que tendrán con él. Tengo poco trato con él, pero lo he seguido en su trabajo por el turismo en Maldonado y me parece notable que ocupe ese cargo, porque nos puede dar una gran mano para lo que se nos viene.

Además, ¡ni hablar que ustedes han hecho todo el trabajo con el viento de frente! Me encanta Uruguay, y con toda sinceridad, también Argentina y Brasil. La diferencia de precios es tan grande que, a veces, estando del otro lado, uno se pregunta cómo se animan a hacer turismo en Uruguay, tanto argentinos como brasileños. En este momento, la diferencia del cambio con Brasil es muy grande. Sin embargo, lo que ha hecho el Ministerio de Turismo y Deporte en Brasil es importantísimo, sobre todo, en Río Grande, para que el turismo venga a Uruguay, y ha dado sus frutos. Seguramente, en el futuro, esa corriente de brasileños que recibimos será cada vez más grande, porque si uno va a Brasil -sobre todo, a Río Grande, donde voy más seguido- y nombra a Uruguay, siempre se encuentra con alguien que fue, que va a ir porque el vecino les dijo lo lindo que es nuestro país, etcétera. Ellos nos dicen: “Para nosotros es caro, pero vamos a ir”.

Hay que dejar sentadas estas cosas como un reconocimiento al trabajo del Ministerio.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Agradezco las palabras del señor diputado Sosa.

Él se preguntaba qué hacemos para atraer más gente a Maldonado. Creo que la explicación que daba el señor Subsecretario vinculada con Centro de Convenciones de Punta del Este como una gran herramienta de *desestacionalización* …

SEÑOR SOSA ACOSTA (Heriberto).- Acepto que es así. Pero me gustaría la implementación de una herramienta que impactara ahora. Estamos a cinco meses de la temporada y el Centro de Convenciones de Punta del Este estará pronto para marzo; es un fruto que cosecharemos casi dentro de un año.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- “Sol y Playa” sigue siendo un producto muy importante. El desafío es cómo lograr darle a un lugar que tiene una capacidad ociosa muy grande una salida a esa actividad económica durante el resto del año. Creemos que el Centro de Convenciones de Punta del Este es una gran herramienta, pero no nos cerramos a pensar en otras cosas que consideramos que en algún momento Punta del Este y Maldonado tendrán que plantearse como la instalación de algún centro de diversión cerrado y algunas otras ofertas que junto con los cruceros y el Centro de Convenciones puedan *desestacionalizar* la actividad turística.

La diferencia de precios siempre está encima de la mesa y el tema de los precios que se cobran en Punta del Este, también. Más de una vez nos habrán escuchado hablar en ese sentido. Uruguay no tiene control de precios; por lo tanto, dependemos exclusivamente de la responsabilidad del sector privado, y creo que en la mayoría de los casos lo logramos. No se trata de si es caro o barato, sino de si hay una justa relación entre lo que se brinda y lo que se cobra. En ese sentido, para este verano pensamos en la devolución de impuestos que Uruguay está haciendo; estamos devolviendo el IVA total a todas las compras turísticas. Es un esfuerzo muy grande que ha hecho el Estado, precisamente, para enfrentar esos momentos de dificultades que teníamos especialmente con nuestros vecinos. La devolución del IVA a todas las compras turísticas, el *tax free* que Uruguay tiene desde hace cuatro años, es una herramienta de captación, porque el turista en general hace compras y la devolución de impuestos es un atractivo.

Sin ninguna duda, este verano ayudó la evolución del dólar. En la temporada anterior teníamos un dólar a $21 o $22 pero en esta, a $25, $26 y sumado a la inflación que puede haber en los países vecinos, cuando la gente hacía la cuenta, Uruguay estuvo más competitivo.

Hay que seguir trabajando mucho en esas cuestiones, porque cualquier medida que se tome en la región impacta fuertemente.

Estamos muy contentos de seguir trabajando con Borsari, lo hemos hecho durante todos estos años en la Cámara Uruguaya de Turismo. Se trata de un hombre que conoce su departamento, pero también la actividad que tiene muchas particularidades y que hay que conocer y manejar muy bien para poder articular.

Creo lo seguiremos haciendo de una manera muy beneficiosa para todos los uruguayos, que en definitiva es para quienes trabajamos.

SEÑOR SUBSERCREARIO DE TURISMO Y DEPORTE.- Está anunciado que el 2 de julio comienza a volar TAM a Punta del Este directo de San Pablo. En la mañana de hoy, me reuní con la gente de TAM, que se lamentaba, porque no hubo mucho acercamiento de parte de los sectores privados para este vuelo. Si esta experiencia efectivamente es viable, tendremos la posibilidad de tener vuelos regulares dos veces por semana, jueves y domingos, como antes lo hacía la empresa GOL. De hecho, este vuelo tiene la característica de que no solo viene al Hotel Conrad, sino que está abierto a la venta de los distintos operadores. Ojalá que, a partir de esta experiencia, logremos aumentar las posibilidades de vuelo.

También discutimos el tema con Aerolíneas Argentinas; de hecho, antes del Congreso Mundial de Organizadores de Congresos, que se llevará a cabo en Buenos Aires desde el 28 de octubre al 2 de noviembre, vamos a traer a Montevideo y Punta del Este a un grupo de organizadores mundiales de congresos a los efectos de promover el Centro de Convenciones. Tal como se dijo, este Centro va a estar pronto en el mes de marzo, pero nosotros tenemos que vender a hora a fin de que en esa fecha ya haya eventos en él; sin duda, no podemos esperar a que abra para pensar en lo que vamos a hacer.

Por otro lado, uno de los temas que estamos analizando con el observatorio turístico es el de las segundas residencias. En ese sentido, creemos que es necesario combinar con el sector privado la oferta que se va a generar para atraer más veces al año a las personas que tienen una segunda residencia en nuestro país, considerando que se trata de clientes que ya están de este lado. Por ello, es muy importante el trabajo que se realice entre lo público y lo privado, y el hecho de que se haya constituido el *bureau* de Convenciones y Visitantes de Punta del Este de parte del sector privado es muy importante para interactuar y llevar adelante alguna de las consultas realizadas.

Asimismo, debemos recordar que el turismo uruguayo creció notoriamente. En ese sentido, todos los operadores turísticos, en particular, los del este del país, señalaron que el turismo uruguayo les permitió dar sustentabilidad y rentabilidad al sistema. Por lo tanto, la forma de realizar promociones también durante la baja temporada en el departamento de Montevideo -que es el principal polo emisor- es algo en lo que estamos trabajando y nos interesa coordinar a los efectos de que la señal que se plantea se desarrolle

Es más: se ha hablado de Punta del Este como la capital turística del Mercosur.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE (Liliam Kechichian).- Como se sabe, entre todos, siempre estamos pensando en realizar eventos que atraigan gente a Punta del Este. En ese sentido, el año pasado se hizo la primera carrera de Fórmula E en

el balneario. En realidad, lo hicimos con mucho cuidado, porque no sabíamos la reacción que íbamos a generar y porque es muy costoso, pero, realmente, fue un éxito, no solo por el público que asistió, sino también por la difusión que se dio a Maldonado y Punta del Este en los canales de cable internacionales, que emitieron hermosas imágenes del lugar.

En realidad, se trata de un conjunto de eventos que adelantan la temporada -la carrera fue antes de diciembre- y nos ayudan a captar otro tipo de público que, sin ninguna duda, estamos obligados a atraer.

SEÑOR MENDIONDO (Constante).- En primer lugar, quiero agradecer al equipo que encabeza la señora ministra Liliam Kechichian, que siempre deja una sensación de solidez, ya que su relato se corresponde con la realidad, porque las cosas que menciona se ven y se palpan.

Los habitantes de Río Negro sentimos una sana envidia por las políticas que impulsó el Ministerio de Turismo y Deporte en nuestro vecino departamento de Soriano, que fueron muy efectivas. Digo esto, porque allí se maneja una amplia agenda de eventos y se aprecia un desarrollo turístico superior al que se ve en mi departamento, a pesar de que Río Negro tiene algunas ventajas comparativas importantes, como las islas, las áreas protegidas, y municipios como Nuevo Berlín -conformado por alemanes-, y San Javier.

Además, las playas de la zona tenían temporadas de sesenta o setenta días, pero hoy en día cuentan con menos turistas, especialmente, Las Cañas, donde se debió estimular el desarrollo turístico basado en la segunda residencia de los argentinos, considerando que la zona está cercana a Buenos Aires pero, lamentablemente, fue dejada de lado por la Administración de los últimos diez años.

Además, en el año 2002 comenzó a realizarse el saneamiento de Las Cañas, pero se cambiaron las bombas de saneamiento por un bacheo; por esa razón, el lugar no tiene saneamiento, lo que genera un problema delicado.

Entonces, cuando nosotros miramos nuestro territorio vemos que tiene un gran potencial, y por ello tenemos una sana envidia de los vecinos.

Por otro lado, el trabajo que realizó Andrea Schuze fue muy bueno, ya que Nuevo Berlín, que tiene una población de dos mil habitantes, organizó una liga de turismo muy fuerte, y en San Javier está creándose. Sin duda, nosotros valoramos todo eso y tenemos una gran esperanza en cuanto a que en el período que viene se pueda trabajar, desarrollar y potenciar la zona, ya que si bien tiene un gran emprendimiento industrial, como es UPM, la mano de obra que genera no se encuentra en las cercanías, sino en los montes o en el transporte, pero no en la planta.

En realidad, si se levanta el turismo y el barrio Anglo es declarado patrimonio de la humanidad, podremos contar con buena cantidad de mano de obra en la zona.

En la primera sesión que llevó a cabo esta comisión tuvimos la visita de una delegación de Colonia, quienes vinieron a plantear el tema de la escollera del arroyo Cufré. En realidad, hay dos departamentos -el presidente de la comisión es oriundo de uno de ellos- que están analizando cómo pueden superar esa situación.

Quisiera aclarar que recibimos a dicha delegación conjuntamente con la Comisión de Transporte y Obras Públicas y, en dicha oportunidad, acordamos realizar el planteo ante las autoridades correspondientes cuando concurrieran a esta asesora. En realidad, nos interesa saber cómo se está analizando esa situación, ya que Colonia se siente perjudicada, considerando que playas muy importantes con el paso del tiempo ven

disminuida su cantidad de arena, aunque otras se benefician por esa situación. De todos modos, no se trata de ver quién se beneficia con el problema, sino de tratar de solucionar la situación de una zona que está siendo perjudicada. En realidad, queremos saber de qué manera, conjuntamente con el Estado, podemos colaborar -no debemos olvidar que se viene la etapa presupuestal- con esos dos departamentos.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE (Liliam Kechichian).- En más de una oportunidad recibimos este planteo, que casi siempre fue presentado por integrantes de la Junta Departamental de Colonia de más de un partido político.

Efectivamente, se está hablando de una obra que, en su momento, fue de altísimo impacto. Además, todas las opiniones concuerdan en que ha dañado las playas de Colonia y en que desmontarla tendría un costo extraordinario. En algún momento soñamos juntos con que Montes del Plata pudiera utilizar esa piedra, pero el costo del traslado era absolutamente inabordable

En ese sentido, en ocasión de celebrarse el Consejo de Ministros en la ciudad de Dolores, el señor ministro Rossi dijo que Uruguay cuenta con un conjunto de obras que se realizaron cuando el impacto ambiental no se medía con tanta fuerza y la sociedad uruguaya no tenía la conciencia que tiene actualmente

En realidad, señor presidente, si las cosas hubieran sido así en ese entonces, esta obra nunca se habría llevado a cabo en su departamento. Sin duda, la obra puede haber sido muy vistosa para la zona, pero fue mala para el ambiente y la convivencia y constituyó una agresión muy grande para la costa coloniense.

Como dije, el señor ministro de Transporte y Obras Públicas planteó que hay un conjunto de obras de ese tipo y que no se pueden atender individualmente. Por lo tanto, creará un ámbito en el que se pueda analizar el impacto ambiental que se ha producido, además del costo de desmantelamiento y sustitución de las obras, ya que no se trata de pasarles por arriba, sino también de ver cómo se puede solucionar la estética de esos lugares. Creo que ese es un camino a recorrer.

Tal como manifesté, en más de una oportunidad escuchamos los planteos realizados por las playas de Colonia, pero como Ministerio no tenemos potestades para actuar.

SEÑOR PRESIDENTE.- Entonces, en su opinión, el Ministerio de Transporte y Obras Públicas es el que debe ocuparse de este tema.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE (Liliam Kechichian).- Más de un Ministerio; el Ministerio de Transporte y Obras Públicas sin duda, y el Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente también. Cuando uno rompe algo, hay una afectación. Creo que estaría involucrado más de un Ministerio y sin duda las dos Intendencias.

SEÑOR ANTÍA BEHRENS (Enrique).- Agradezco la presencia de la señora ministra de Turismo y Deporte y de su equipo. Lamentablemente, debo retirarme: tengo una audiencia y hace veinte minutos que me están esperando. La información de esta reunión me llegó ayer a última hora.

Tengo seis o siete preguntas relativas a Maldonado, pero como hoy no las podré formular como es debido, invito a la señora ministra y a su equipo a concurrir a Maldonado. Entre el 15 y el 20 de julio estaré dejando la Cámara de Representantes para ocupar la Intendencia de Maldonado. Nuestro lugar aquí será ocupado por la ingeniera Arrieta, muy capacitada en el tema del turismo, que ha trabajado mucho al respecto.

Mi idea es recibir a la señora ministra con el equipo de turismo de Maldonado para poder hablar largo y tendido sobre la cantidad de temas que nos son comunes. A partir del lunes 20 de julio, el día que al equipo de la señora ministra le quede bien, los esperamos para coordinar una agenda de trabajo.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE (Liliam Kechichian).- Con mucho gusto.

SEÑOR PRESIDENTE.- Agradecemos la presencia de la señora ministra de Turismo y Deporte y de su equipo.

Se levanta la reunión.

≠